电视传媒与网络传媒的差异分析

摘　要：随着信息时代的到来，科技不断发展，各类社交软件的出现以及电子产品的普及，网络媒体也有了质的发展，而这种信息时代带来的快消文化，也对传统的电视传媒带来了一些影响，分流电视传媒的受众了。但是，由于二者之间的诸多不同，其本身的发展方向也不尽相同。为了促进传媒行业的健康发展，笔者根据相关文献，对电视传媒与网络传媒进行对比分析，讨论二者之间的差异。

关键词：电视传媒；网络传媒；传媒科技
中图分类号：G220　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）06-101-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.06.037

文 / 任凌

引言

我国传媒科技的不断发展，使传媒业呈现出一些新的特点和方向。受当前信息环境的影响，以及大众获取新闻的科技手段以及新闻阅读习惯的变化，网络传媒在近几年得到了迅速发展，大肆抢占传媒市场，使传统的电视传媒市场被挤占压缩。为了促进传媒市场的和谐发展，必须对二者之间的差异进行分析，促使二者的共同发展。

1. 电视传媒与网络传媒概述

电视传媒其实是以电视作为宣传的载体，它属于信息传播的媒介与平台。同时，它也是媒体的一种分类，属于现代社会生活不可缺少的一部分。它主要包括电视、录像机、影碟机和摄像机等。

网络传媒与传统音视频设备在工作方式方面存在着差异，它依靠 IT 设备开发商们提供的设备和技术对音视频的信号进行存储、传输和处理。其中，最为流行的传统 SDI（串型数字）传输方式其实并没有网络交互特性。它需要大量工作，才能够通过 SDI 创建类似以太网和 IP(因特网协议）所提供的部分网络功能。所以，在目前的视频行业中，网络媒体技术就此产生。

2. 当前我国的电视传媒与网络传媒的差异分析

2.1 在传播方面的对比差异分析

2.1.1 交互性差异

对于电视传媒来说，由于其本身的新闻发布流程都是复制式的，从新闻素材的审核到新闻的发布都是较为固定的，而且电视传媒的新闻传播一般都是单向性的，并无法与观众进行联系。因此，其交互性较差。但是，在科技不断发展的背景下，网络传媒中新闻的传播是能够与受众直接挂钩的，新闻接收者可以直接对新闻进行评价，而且新闻受众本身也可以转变为新闻的传播者，这就无形中增加了新闻传播的交互性，这是电视传媒无法做到的。

2.1.2 直观感差异

对于电视传媒而言，主要通过卫星实现信号接收。它可以将现场的情况通过清晰流畅的画面呈现给观众，比如，举办大型的晚会或者体育比赛的时候，它可以使观众得到非常好的过程体验感和现场形象感。因此，相比之下，电视传媒就更为直观，感染力更强。网络传媒若要在网络上将第一现场的表演或比赛发布出来时，只得借助电视传媒信号实现网络传输。这样，就会导致信息滞后的情况发生。[1] 同时，由于网络方面的影响，画面不流畅的情况也可能出现。所以，在直观感受方面，网络传媒的效果不如电视传媒。

2.1.3 真实性差异

在传媒科技不断发展的背景下，由于传播机制的不同，传播主体的不同，电视传媒的真实性远远高于网络传媒。纵观当前的网络传媒市场，由于缺乏监管，加之网络的虚拟性，新闻的传播本身就存在较大的风险，新闻的真实性无法得到保障。而且网络传媒为了吸引大众眼球，经常会制造噱头，出现恶意宣传的现象。层出不穷的泛媒体以及各类公众平台和社交软件虽然提高了信息的传播效率，但极大地降低了信息真实性。而电视传媒有严格的新闻采编和审核团队，从业者的态度更加严谨，因此真实性高，权威度高，这是网络传媒所无法企及的。

2.1.4 时效性差异

受到传播机制以及传播平台和传播方式的影响。在新闻的时效性方面，网络传媒的时效性更强。这一方面是由于网络传媒本身以互联网为依托，其新闻热点的搜集、新闻素材的整理以及发布都较为迅速，而且相比于电视传媒，其本身的中间环节较少，而且不受空间、地域、时间限制，因此新闻的传播效率更高，时效性更强。[2] 另一方面，与电视传媒相比，网络传媒更具灵活性，用户可以自行进行新闻热点的搜索，并且能够通过网络

平台以及移动终端对往期新闻进行查阅，而电视传媒则无法做到这一点。电视新闻的播放都有固定的时间点，这种固化的模式极大地影响新闻的传播效率，影响新闻的时效性。因此，无论是在灵活性上还是时效性上，网络传媒显得更好一些。

2.2 在信息反馈上的对比差异

在传媒科技发展的条件下，交互性、时效性差异也将影响到二者之间信息反馈效率。网络传媒所利用的各类社交软件以及公众平台一般都是开放的，使用者能够在平台内畅所欲言。这种有效的沟通机制使网络传媒的信息反馈得到了保障，受众能够直接将自身感受进行抒发，媒体人也能够通过平台获取用户的观感，征集读者的意见，并能够直接地与读者进行联系。[3] 但电视传媒却无法做到这一点，一方面电视传媒的传播途径不同，与读者的互动仅仅局限于电子邮件、电话以及短信等方式，反馈机制较为滞缓，这种传统的反馈机制不仅仅效率低下，而且大多数民众不会用多余的精力去反馈，因此，无法与读者取得更多的互动，导致了传统电视媒体信息反馈的缺陷。

2.3 在使用人群方面的对比差异

网络传媒因为要求使用者懂得计算机基本操作或者电脑打字的技能，所以使用者以年轻人为主。然而，电视传媒作为传统的第一大众传媒，在使用人群方面，并没有较强的局限性，老少皆宜。同时，绝大多数中老年人群仍然把电视传媒当作信息接收的主要渠道。

3. 电视传媒与网络传媒的改革发展方向

目前，在我国传媒科技的支持下，从电视传媒和网络传媒的比较可知，它们都有各自的时代特性。所以，对不同的传媒展开信息资源整合与改善，能够使各传媒不断发展，并且为人们提供更为真实可靠的信息资源。

3.1 电视传媒方面

创新是传媒科技提升的重要手段，也是电视传媒改革发展过程中的重要方式。近年来，我国在电视新闻创新上投入了大量精力，许多播出多年的节目在新时代大潮下勇于尝试，走出长期以来的固定思维模式，进行改版创新。节目的创新归根结底是电视新闻人思维的创新，将眼光放开，搜索新闻行业未触及的盲点，抓住细节的感动，利用细微的巧思使节目生动而有新意。[4] 这既不违背广播电视行业原则，又能都摆脱固有模式的束缚，以让人耳目一新的方式传播新闻，吸引观众，引导社会积极和谐的氛围，只有这样才能推动广播电视事业的健康发展。

另外，电视传媒基于自身优势，将互联网技术有效地融入进来，比如网络电视等，这就可以给人们提供非常多的视频。同时，还设置了个性化双向服务。观众可以根据自身的喜好完成节目挑选，并与网络视频一样，可以进行回放与储存等。电视传媒也可以通过互联网科技完成信息资源的整合。这不仅能够让节目编排和制作满足时代潮流的需求，电视制作团队也可以通过大量网络信息的阅读，在对事件进行采访或者发表观点时，能够体现得更有深度。[5]

3.2 网络传媒方面

由于网络的推广及应用，使得传媒科技水平也得到了提升。尽管网络传媒属于热点传媒，并借助网络可以搜索到大量电视节目，甚至是国外的，这是目前电视传媒所做不能到的。然而，还缺乏强有力的监管措施，导致部分视频内容可能影响到青少年的身心健康。所以，应效仿电视传媒，加强对网络传媒的监管力度，打造文明、诚信网络，为公众提供正能量。[6] 另外，网络传媒也应当提升自身的技术水平，只有重视技术革新，才可以为大家带来更好的体验，并进一步增强自身的市场竞争力。

结语

综上所述，我国传媒科技水平的提高，使得电视传媒与网络传媒为人们带来了更多便利。通过分析电视传媒与网络传媒的差异性，发现两者在传播时效性、直观性、交互性以及真实性方式上有所不同，而且在信息反馈以及接收人群方面同样存在差异。为了促进传媒行业的可持续发展，二者之间应该重视科技的作用，相互借鉴，取长补短，走融合发展的道路，以此促进二者的共同发展。媒

参考文献

[1] 叶芳 . 论电视传媒与网络传媒竞合运营机制的建立 [J]. 当代电视，2015（06）：38-39.

[2] 韩广宇 . 电视传媒与网络传媒融合发展的思考 [J]. 新媒体研究，2017，3（02）：76-77.

[3] 张光俊 . 电视传媒在传统农村转向城镇化过程中的影响与展望 [J]. 西部广播电视，2016（16）：198-199.

[4] 郭毓东，刘丹，王伟凡，范天铭，张臻 . 网络背景下的电视传媒营销模式研究 [J]. 价值工程，2018，37（10）：168-169.

[5] 龚菲丽，曹玉珍，蔡杰 . 网络舆情——网络传媒时代的媒体素养分析研究 [J]. 艺术科技，2017，30（08）：416-417.

[6] 于同奎，张阳，陈倩，屈会会 . 网络传媒业供应链质量控制策略与组织模式选择 [J]. 数学的实践与认识，2014，44（20）：107-113.

（作者单位：吉林省卫生和计划生育宣传中心）